

ASSEMBLÉE NATIONALE

4 octobre 2019

PLF POUR 2020 - (N° 2272)

Rejeté

AMENDEMENT

N° I-CF1014

présenté par

Mme Louwagie, Mme Dalloz, M. Perrut, M. Straumann, M. Masson, M. Abad, M. Cinieri,
M. Aubert, M. Forissier, M. Quentin, M. Dive, Mme Bonnivard et M. Vialay

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 16, insérer l'article suivant:**

Le titre II de la première partie du livre premier du code général des impôts est complété par un chapitre VI *bis* ainsi rédigé :

« Chapitre VI *bis* : Taxe d'éco-responsabilisation

« *Article 302 bis G.* – I. – Il est institué une taxe sur la livraison de biens à destination de toute personne physique ou morale non assujettie à la taxe sur la valeur ajoutée et commandée par voie électronique.

« La taxe est due par le consommateur qui réalise la transaction par voie électronique, lorsque celle-ci donne lieu à une livraison entre les mains du consommateur.

« Ces dispositions s'appliquent aux livraisons dans les communes de plus de 20 000 habitants identifiées par l'Institut national de la statistique et des études économiques.

Sont exonérés de la taxe les consommateurs qui font le choix d'une livraison dans un établissement de l'entreprise auprès de laquelle la commande a été effectuée, en points relais ou en bureaux de Poste.

« Le tarif de la taxe est fixé, par transaction effectuée, hors taxes et hors frais de livraison, conformément aux dispositions ci-dessous :

Montant de la transaction	Tarif applicable
N'excédant pas 100 €	1 €
Entre 101 € et 1 000 €	2 €
Supérieure à 1 000 €	5 €

« La taxe est collectée par le commerçant électronique et reversée au trésor public.

« Les modalités de déclaration du produit collecté, le contrôle, le recouvrement, le contentieux, les garanties et sanctions relatifs à la taxe seront précisées par décret.

« II. – Les dispositions du I sont applicables à compter du 1^{er} janvier 2020. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement vise à rétablir une équité fiscale et territoriale entre tous les acteurs du commerce par une incitation écologique et comportementale.

La pression fiscale qui pèse sur l'ensemble du commerce physique (jusqu'à 90 taxes dont plus d'1/3 lié à la fiscalité foncière) et parallèlement les exemptions dont bénéficient les géants du numérique constituent des éléments conséquents de distorsion de concurrence. Pour rappel, le produit de la fiscalité du commerce physique s'élève à 47 milliards d'euros alors même que la contribution fiscale des GAFAs ne représente que 67 millions d'euros. A titre informatif, la part du e-commerce est de 9 %. Sur ces 9 %, Amazon détient 20 % du marché. Ainsi, à lui seul, Amazon devrait contribuer fiscalement à hauteur d'environ 800 millions d'euros.

Ces taxes locales, payées par les acteurs du commerce français, participent à l'aménagement du territoire auquel ne contribue pas la plupart des géants du numérique, et notamment les « pure players » qui par leur activité utilise l'espace public.

Ainsi, ce dispositif incitatif prévoit que les transactions donnant lieu à la livraison physique de biens en un lieu autre qu'un point de retrait ou un magasin soient assujetties à une éco-contribution forfaitaire en fonction d'un barème lié au montant de la commande.

Par l'exonération prévue en cas de retrait dans un magasin ou un point relais, l'amendement vise à responsabiliser le consommateur en l'incitant à venir retirer son colis dans un point physique et éviter ainsi une livraison parfois superflue. En effet, le e-commerce se révèle 7 % plus énergivore que le commerce physique ce qui s'explique notamment par un taux de retour cinq fois plus élevé.

Afin de ne pas créer de disparités envers les territoires ruraux ne disposant pas de points de retrait, l'amendement ne concerne que les habitants des communes de plus de 20 000 habitants, communes qui disposent d'un maillage de points de relais suffisants (en moyenne 5 par ville) pour permettre au consommateur d'avoir le choix entre une éco-participation ou une exonération par retrait.

Cette fiscalité tend à rétablir l'égalité devant les charges publiques entre les commerces sédentaires et de vente à distance. De plus, il vise à inciter les consommateurs à faire évoluer leurs comportements en intégrant davantage les considérations environnementales induites par la livraison (retour de colis, livraison nocturnes, externalités négatives sur l'aménagement du territoire et l'utilisation de l'espace public, etc.).